

Родионова Марина Евгеньевна

**КОРПОРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ПРЕДМЕТ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

22.00.03 – Экономическая социология и демография

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва – 2011



Работа выполнена на кафедре «Социология» ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ
Силласте Галина Георгиевна

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Василенко Инна Викторовна

доктор социологических наук, профессор
Шаленко Валентин Николаевич

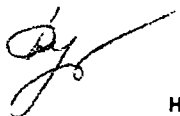
Ведущая организация: ФГОБУ ВПО «Государственный университет управления»

Защита состоится «23» ноября 2011 года в 14-00 часов на заседании совета по защите докторских и кандидатских диссертаций ДМ505.001.06 при ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: 125 993, г. Москва, Ленинградский проспект, д.49, ауд.406.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале Библиотечно-информационного комплекса ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: 125993, Москва, Ленинградский проспект, д.49, комн. 203.

Автореферат разослан «21» октября 2011 года. Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации «21» октября 2011г. размещены на официальном сайте ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»: <http://www.fa.ru> и направлены для размещения в сети Интернет Министерством образования и науки Российской Федерации по адресу: referat_vak@mon.gov.ru.

Ученый секретарь совета ДМ505.001.06,
кандидат философских наук, доцент



О.М. Дудина

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000714618

Актуальность темы исследования. Модернизация экономики России на основе инновационно-инвестиционной модели в значительной мере зависит от эффективности корпоративных отношений, которые играют ведущую роль в национальной экономике. Сам термин «корпоративные отношения» стал широко применяться в экономической теории и в практике российского бизнеса относительно недавно, в последние десять лет. В результате смены института собственности в начале 1990-х годов и форсированного процесса приватизации государственных предприятий предприятия частной формы собственности (частный сектор экономики) составил в России к 2010 г. абсолютное большинство в структуре российских организаций и предприятий. Из 4,9 млн организаций российской экономики, 4,2 млн (84%) функционируют в частном секторе экономики, тогда как в секторе государственной и муниципальной форм собственности – 382,8 тысячи.¹ Из них на акционерные общества открытого и закрытого типа и ООО приходится 3,8 млн.²

Последствия приватизации и теневых процессов экономики, концентрация собственности и контроля над финансовыми ресурсами, усложнение механизмов государственного регулирования социально-экономических процессов в стране актуализировали проблему разработки эффективных инструментов влияния на корпоративные отношения.

Насущной потребностью предприятий является не только создание конкурентоспособного производства, но и успешное, эффективное выстраивание взаимоотношений внутри самой корпорации.³

Одним из основных факторов, оказывающих существенное влияние на развитие конкурентоспособности корпораций, их экономическую и производственную эффективность является корпоративная культура и корпоративное поведение. Отечественные менеджеры еще недостаточно подготовлены к этой области профессиональной деятельности, что отрицательно сказывается на внедрении принципов и норм корпоративной этики, а соответственно и на уровне инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности российских предприятий. Исследование свидетельствует, что по наличию кодексов корпоративного поведения и этики, комитетов по этике в Совете директоров, российские компании отстают не только от развитых европейских стран, но и от таких стран как Китай, Индия. Частично это обусловлено недостатком внимания к вопросам корпоративного поведения со стороны

¹ Российская Федерация в цифрах: Крат. стат. сб. / Гос. ком. РФ по статистике (Госкомстат России) М.: Респ. информ. изд. центр, 2010: Федеральная служба гос. статистики (Росстат)

² Данные ЕГРЮЛ на 01 октября 2011г. В данной работе под корпорациями в первую очередь понимаются акционерные общества (открытого и закрытого типов) а также общества с ограниченной ответственностью.

не только экономистов, но и социологов. Этим объясняется актуальность данного исследования.

Таким образом, социологический анализ феномена корпоративного поведения актуален как в научном, так и в прикладном отношении.

Проблемная ситуация заключается в социальном противоречии, которое сложились между заинтересованностью управленческого аппарата в достижении высокой конкурентоспособности и получении высокой доходности своих предприятий, с одной стороны, и низким уровнем корпоративного поведения, слабой компетентностью в вопросах его формирования – с другой. Нарушения норм корпоративного поведения, о которых многие члены корпорации либо не знают, либо плохо информированы, приводят к ослаблению организационного менеджмента в самой организации, снижают эффективность её деятельности и социальную ответственность перед разными группами субъектов корпоративного поведения (стейкхолдерами), что негативно сказывается на имидже и репутации компании.

Еще одна проблема заключается в отсутствии единства подходов к определению понятия «корпоративное поведение», в низком уровне его понимания как у основных собственников, так и менеджеров, что приводит к недооценке значения Кодексов корпоративного поведения и корпоративной этики, использования инструментов их регулятивного и стимулирующего воздействия в трудовых коллективах.

Степень разработанности проблемы. Проблемы корпоративного поведения, закономерности его формирования и управление данным процессом в условиях рыночных отношений становятся предметом междисциплинарного изучения. К данной проблеме на разных уровнях анализа обращаются социологи, культурологи, психологи, менеджеры, экономисты, юристы. К настоящему времени в основных разработках в этой области внимание сосредоточено либо на исследовании корпоративной культуры, либо на менеджменте организации и организационном поведении с обращением к теоретическим исследованиям многообразия корпоративных кодексов и корпоративных норм в организациях.

Анализ литературы позволил выделить ряд подходов в проводимых исследованиях.

Правовой подход. Сравнительному анализу российского и зарубежного опыта формирования корпоративных отношений, их правовым аспектам, посвящены работы В.В. Долинской, Т.В. Кашаниной, А.П. Шихвердиева, Д.А. Пумпянского, М.Г. Ионцева, С.Д. Могилевского.

Экономический подход. Корпорацию как организационную форму ведения бизнеса исследовали такие зарубежные экономисты, как Д. Белл, Д.Р. Блази, Дж. К. Гэлбрейт, Д.Л.Круз, О.Уильямсон, Т. Эггертсон и др. Анализу становления и особенностей российских корпораций посвящены работы Б.С.Батаевой, И.Ю.Белзевой,

Т.Г.Долгопятовой, Р.И.Капелюшникова, Г.Н.Мальгинова, Н.В.Межсераупса, А.Д.Радыгина, Р.М. Энтова, А.А.Яковлева, и др. В диссертациях экономистов ставятся и разрабатываются проблемы экономического поведения социальных субъектов; проблемы формирования корпоративного управления в России: формирования корпоративного поведения, оптимизации корпоративной культуры, управление организационным поведением на основе развития корпоративной культуры.

Вопросы корпоративного менеджмента в рыночных условиях анализируются в трудах экономистов И.Г.Владимирова, А.А.Володина, А.В.Жуплева, Т.А.Корнеева, И.И.Мазура, И.В.Мишурова, Н.Г.Ольдерогге, В.Д.Шапиро, В.И.Шейна, М.А.Эскиндарова.

Социологический подход. Теория экономического поведения (действия) изложена в трудах М.Вебера, В.Парето. В работах Э.Дюркгейма, Т.Парсонса, Н.Смелзер разработан институциональный подход к экономике, в котором учитываются роли, а также правила, нормы и установки, регулирующие действия «человеческого фактора» в производственном процессе. Среди отечественных исследователей следует выделить работы И.В.Василенко, В.И.Верховина, В.И.Зубкова, В.В.Радаева, Г.Г.Силласте, Г.Н.Соколовой, В.Н.Шаленко, в которых рассматриваются сущность, виды и факторы экономического поведения; социальные, трудовые конфликты в российской экономике. Диссертационных исследований по проблеме экономического поведения, корпоративного поведения в отечественной социологии очень немного, среди них можно отметить работы Н.Н.Гусевой, А.В.Поповой, О.Ю.Щепкина.

Вместе с тем следует отметить, что социологический анализ корпоративного поведения остается областью малоразработанной. Корпоративное поведение не интерпретируется как экономическое поведение, не анализируются статусно-ролевые группы в корпорациях, не разработаны социальные показатели процесса формирования корпоративного поведения и его воздействия на отношения между организациями, внутри коллектива. Социологическое исследование в определенной мере пополнит эмпирическую базу процесса формирования корпоративного поведения.

Таким образом, в настоящее время разработка теоретико-методологических основ социологического подхода к анализу корпоративного поведения, практических рекомендаций по совершенствованию отечественной практики внутрикорпоративного поведения хозяйствующих субъектов, является актуальной.

Объект исследования - корпоративное поведение крупных и средних компаний в современных условиях развития экономики.

Предметом исследования является состояние корпоративного поведения и факторы, обуславливающие его формирование (с учетом воздействия финансово-экономического кризиса).

Цель исследования - раскрыть социальную сущность процесса формирования корпоративного поведения как вида экономического поведения и факторов, обуславливающих данный процесс в современных условиях развития экономики.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- выявить особенности формирования социальной сущности корпоративного поведения как вида экономического поведения;
- выявить объективные и субъективные факторы, влияющие на характер и особенности корпоративного поведения российских компаний, в том числе с учетом воздействия финансово-экономического кризиса;
- сопоставить зарубежный и отечественный опыт формирования корпоративного поведения компаний в целях разработки рекомендаций по оптимизации корпоративного поведения и механизмов его внедрения в российские компании;
- провести контент-анализ текстов кодексов корпоративного поведения, действующих в российских компаниях;
- проанализировать и оценить возможное влияние кодекса корпоративного поведения на регуляцию корпоративных конфликтов.

Основная гипотеза исследования. Корпоративное поведение характеризуется совокупностью типичных черт, в которых проявляется стремление участников корпоративных отношений к максимальной реализации своих экономических интересов и потребностей в ущерб другим участникам, что обостряется в условиях кризиса и приводит к острым конфликтам и снижению эффективности деятельности корпорации. Повышение качества корпоративного поведения будет способствовать повышению эффективности компании и успешному преодолению кризиса.

Методологической и теоретической базой исследования послужили принципы историзма и преемственности, социальной детерминации; общесоциологические законы, фундаментальные социологические теории социальной структуры и стратификации, корпоративного поведения; положения экономической социологии; научные работы и методические разработки ведущих отечественных и зарубежных ученых; совокупность общенаучных и специальных принципов и положений, методов и приемов научного исследования, использование которых предопределено поставленными целями и задачами.

Развивая социологический подход в диссертации, автор опирается на ряд частных социологических теорий: социологию управления, социологию конфликтов, социологию трудовых коллективов и социологию организаций, социологию личности, социологию рынков, социологию трудовых коллективов.

Эмпирическая база и методы исследования. В основу исследования положены следующие методы сбора и анализа эмпирической информации:

1. Традиционный метод анализа документов (статистические сборники, законодательные

и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность хозяйствующих субъектов, как носителей корпоративного поведения, материалы сети Интернет; публикации в специализированных журналах).

2. Авторский контент-анализ кодексов корпоративного поведения, действующих в российских компаниях.
3. Авторское прикладное социологическое исследование «Формирование корпоративного поведения в российских компаниях с учетом воздействия финансово-экономического кризиса», проведенное в форме экспертного опроса методом раздаточного анкетирования по месту работы или учебы экспертов (октябрь 2010 – март 2011). Анкета распространялась на двух языках (русском и английском), учитывая участие в исследовании профессоров Школы бизнеса Уортона университета Пенсильвании, США (Wharton School, University of Pennsylvania) и члена Совета директоров Центра Бизнес-этики и корпоративного управления, которые также дали отдельные комментарии. Объем выборки – 210 респондентов из 120 компаний.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке социально-экономического подхода к корпоративному поведению в современных условиях развития экономики России:

- в отличие от сложившихся в экономической литературе определений понятия «корпоративное поведение» в работе предложено авторское его определение как вида экономического поведения, проявляемого личностью и социально-профессиональной группой в производственной деятельности организации, которое позволяет повышать качество социальных связей в трудовом коллективе, влияя тем самым на эффективность деятельности компании и ее конкурентоспособность на рынке;

- выявлены объективные и субъективные факторы, определяющие особенности корпоративного поведения, проявляющиеся в усилившемся дисбалансе между фактическим процессом концентрации акционерного капитала и ориентацией на защиту прав акционеров. Результатом этого становятся конфликты интересов в корпорации, несостоятельность механизмов защиты миноритариев - с одной стороны, с другой – невозможность бесконфликтной реализации законных преимуществ крупного собственника;

- доказано влияние корпоративного поведения и корпоративной социальной ответственности на корпоративные конфликты: эффективная, устоявшаяся система корпоративного поведения и корпоративной социальной ответственности снижает уровень конфликтности и конфликтности в коллективе в отношениях между менеджерами и акционерами, между компанией и внешней средой;

- на основе сравнительного анализа зарубежного и отечественного опыта формирования корпоративного поведения в компаниях разработаны и научно обоснованы рекомендации по оптимизации корпоративного поведения в российских

корпорациях, включающие: мониторинг эффективности корпоративного поведения, разработку Кодекса корпоративного поведения и развитие корпоративных университетов в качестве основного инструмента по внедрению кодекса в корпорацию с целью формирования корпоративной идентичности.

Практическое значение полученных результатов состоит в том, что предложенные разработки могут применяться на практике в рамках формирования эффективной модели корпоративного поведения как в условиях конкретной корпорации, так и в условиях всего отечественного корпоративного сектора. В частности может использоваться универсальный Кодекс корпоративного поведения в российских компаниях для разработки корпоративной политики. Положения и рекомендации по оптимизации корпоративного поведения могут быть использованы исполнительными органами власти для построения и оптимизации взаимоотношений между государством и корпорациями.

Результаты диссертационного исследования могут быть использованы при чтении курсов «Социология организаций и институтов», «Социология», «Менеджмент».

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования докладывались на международных научно-практических конференциях и форумах, среди которых:

- X, XI и XII Международные конференции по Истории управленческой мысли и бизнеса (ИУМБ) «Национальные модели управления: вчера-сегодня-завтра» (2009г.), «Бизнес модели: вчера-сегодня-завтра» (2010г.), «Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента» (2011г.) (на Экономическом факультете МГУ им М.В.Ломоносова);

- XVII Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов - 2010»;

- VII Международный молодежный форум общественных коммуникаций. МГИМО MoscowPRWeek 2010 «Коммуникации преодоления: особенности коммуникационного процесса в условиях мирового социально-экономического кризиса»;

- XIII Дискуссионный клуб «Социология-Финансы-Государство» кафедры «Социология» Финансового университета при Правительстве РФ в 2011г.

Результаты исследования использованы для разработки Кодексов корпоративного поведения холдинга «ПРОМТЕХМОНТАЖ» (ОАО) и консалтинговой компании «МосАудитСервис». В настоящий момент кодексы используются в практической деятельности компаний, позволяя регулировать взаимоотношения между основными субъектами корпоративных отношений компаний, способствуя разрешению корпоративных споров и конфликтов.

Результаты исследования использованы при разработке дисциплины «Менеджмент в международных компаниях» для экономического факультета

Московского государственного университета им М.В.Ломоносова, а также при разработке дисциплины «Управление корпоративными знаниями» и создании авторского курса «Корпоративное поведение» в Московском институте государственного и корпоративного управления. Внедрение данных программ подтверждено соответствующими справками.

Публикации. По результатам исследования опубликовано 11 печатных работ общим объемом 4,2 п.л, в том числе авторский объем 4,2 п.л., из них 3 статьи общим объемом 1,0 п.л. в журналах, определенных ВАК Минобрнауки России.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений. Общий объем работы составляет 190 страниц печатного текста.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту.

1. Корпоративное поведение (КП) представляет собой вид экономического поведения, проявляемого личностью и социально-профессиональной группой в производственной деятельности компании, регулируемое нормами корпоративной этики и оказывающее влияние на формирование внутренней социально-психологической и социо-культурной среды трудового коллектива, эффективность его деятельности, конкурентоспособность компании во внешней среде. Корпоративное поведение в практике деятельности отдельных компании может быть систематизировано и представлено в виде модели корпоративного поведения, которая рассматривается как организационная модель взаимоотношений различных заинтересованных сторон корпорации, в основном групп акционеров и менеджеров, ставящих целью защиту интересов всех ее участников.

2. Корпоративное поведение как экономическое поведение субъектов трудовых отношений формируется под влиянием ряда факторов, среди которых: организационно-правовая форма компании; отраслевая принадлежность компании; система управления и стиль менеджмента; факторы внешней среды (правовые, социально-экономические и иные особенности развития экономики страны в определенный период).

3. Мировая практика корпоративного поведения сформировала ряд моделей КП, среди которых выделяются англо-американская, немецкая (романо-германская), японская. Формирование указанных моделей обусловлено историческим опытом корпоративных отношений, основанных на частной собственности и рыночных принципах хозяйствования компаний в этих регионах. Рассмотрение классических зарубежных моделей корпоративного поведения показывает, что при всех различиях в существующих моделях корпоративного поведения в каждой из развитых стран сформировалась система издержек и противовесов, которая способна обеспечить интересы инвесторов (прежде всего владельцев акций), вместе с тем и достаточную самостоятельность и инициативу менеджеров, управляющих корпорацией. Однако, ни

одна из существующих даже в наиболее развитых странах моделей корпоративного поведения не является совершенной. Российский опыт корпоративных отношений не позволяет говорить о сформированности отечественной модели КП, однако она находится в процессе становления. В настоящее время российскую модель поведения отличает дисбаланс между фактическим процессом концентрации акционерного капитала и ориентацией на защиту прав акционеров. Результатом этого становятся с одной стороны – конфликты интересов в корпорации, несостоятельность механизмов защиты миноритариев, с другой – невозможность бесконфликтности при реализации законных преимуществ крупного собственника.

4. Социальные конфликты, возникающие в трудовом коллективе являются неотъемлемой частью социального взаимодействия в любой компании. При этом конфликты могут возникать как по вертикали, так и по горизонтали. Нормы корпоративного поведения, зафиксированные и институционализированные в соответствующих документах (кодексах, стандартах и т.д.) являются эффективным инструментом разрешения корпоративных социальных конфликтов, снижения напряженности в трудовом коллективе, повышения сплоченности сотрудников. Кроме того, проработанность норм корпоративного поведения обуславливает эффективность внедрения программ корпоративной социальной ответственности во внутренней среде компаний, регламентируя взаимоотношения компании и сотрудников.

5. Эффективным инструментом формирования корпоративного поведения выступает корпоративный университет как система передачи корпоративных знаний новым сотрудникам, их адаптации в коллективе, повышения квалификации работников. Посредством корпоративного университета осуществляется регулярный мониторинг корпоративного поведения сотрудников, оценка их лояльности к компании и ее корпоративной культуре и этике, оценка эффективности институционализированных форм корпоративного поведения (оценка кодексов, стандартов и т.д.) и разрабатываются рекомендации по совершенствованию процесса формирования КП.

6. Совершенствование процесса формирования корпоративного поведения в компании должно быть основано на следующих взаимосвязанных процедурах:

- регулярный мониторинг восприятия норм корпоративного поведения у сотрудников;
- оценка степени информированности сотрудников (в том числе новых) о принятых в компании нормах КП; оценка эффективности и актуальности норм КП, зафиксированных в соответствующих кодексах, стандартах и т.д.; разработка проекта совершенствования механизма формирования КП; определение наиболее эффективных методов и технологий воздействия на субъектов КП с целью формирования норм корпоративного поведения; совершенствование подходов и механизмов формирования корпоративного поведения разных категорий сотрудников.

План

Введение

Глава 1. Теоретические основы исследования корпоративного поведения как социального и экономического феномена

- 1.1. Понятие, социальная и экономическая сущность корпоративного поведения
- 1.2. Объективные и субъективные факторы, обуславливающие формирование корпоративного поведения в системе рыночных отношений
- 1.3. Сравнительный анализ зарубежного опыта корпоративного поведения
- 1.4. Кодекс корпоративного поведения как основа формирования и управления корпоративным поведением в компании

Глава 2. Процесс формирования корпоративного поведения российских компаний и возможные меры повышения его результативности

- 2.1. Социологический портрет хозяйствующих субъектов – участников исследования и их представления о сущности и назначении корпоративного поведения
- 2.2. Влияние мирового финансово-экономического кризиса на корпоративное поведение, интересы и деятельность компаний
- 2.3. Влияния Кодекса корпоративного поведения на урегулирование корпоративных конфликтов и повышение социальной ответственности компании
- 2.4. Рекомендации по совершенствованию формирования корпоративного поведения

Заключение

Библиографический список

Приложения

- А. Таблица анализа содержания Кодексов корпоративного поведения.
- Б. Сравнительная таблица интересов основных участников корпоративных отношений.
- В. Анкета социологического экспертного опроса «Формирование корпоративного поведения в российских компаниях с учетом воздействия финансово-экономического кризиса» (англо-русская версия).

II. Основное содержание диссертации

Во введении дается общая характеристика работы, обосновывается ее актуальность, анализируется состояние разработанности данной проблемы, выделяются объект и предмет исследования, положения, выносимые на защиту, указываются теоретико-методологические и эмпирические основы диссертации, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой, теоретико-методологической главе: «**Теоретические основы исследования корпоративного поведения как экономического и социального феномена**» дано авторское понятие *корпоративного поведения как особого вида экономического поведения, проявляемого личностью и социально-профессиональной группой в производственной деятельности компании, регулируемое нормами корпоративной культуры и этики, оказывающее влияние на формирование социально-психологической и социокультурной среды трудового коллектива, эффективность, имидж и конкурентоспособность компании во внешней среде.*

Социальная сущность корпоративного поведения заключена в единстве трех аспектов этой категории. С одной стороны – это *определенный вид социального поведения и социального действия* личности в системе социальных групп и отношений между ними. Причем, по своему содержанию это могут быть отношения сотрудничества, взаимной ответственности, корпоративной солидарности, коллективизма либо напротив - противостояния и эгоизма различных социальных групп, отличающихся интересами, целями и ценностными нормами, базирующимися на ценностях рыночной экономики. С другой стороны - корпоративное поведение связано с *организационным поведением* личности внутри самой социальной организации и зависит от конкретной ситуации: размера организации, уровня неопределенности окружающих условий и т.д. Корпорация, будучи крупной организацией, требует высокой специализации, формализации и большого количества иерархических уровней. На развитие корпорации как вида социальной организации значительное влияние оказывают корпоративная культура, ценности и нормы корпоративного поведения, оказывающие непосредственное влияние на поведение сотрудников, которое регламентируется определенными нормами, кодексами, правилами, устанавливаемыми самой корпорацией. В этом контексте Кодекс корпоративного поведения выполняет функцию регулятора социального поведения индивида внутри своей организации. Одновременно с этим корпоративное поведение является видом *экономического поведения* личности в условиях рыночных отношений. Исходя из теоретической интерпретации экономического поведения, предложенной В.И.Верховиным и В.И.Зубковым, экономическое поведение рассматривается как система *специализированных* социальных действий, которые связаны с использованием различных по функциям и по назначению ограниченных экономических ресурсов и ценностей, отличающихся своей ориентированностью на получение выгоды (прибыли, вознаграждения)⁴.

Опираясь на теорию социальных организаций, диссертант анализирует специфику корпораций как вида социальных организаций в нескольких значениях: как вид деятельности, как элемент социальной структуры и как степень внутренней упорядоченности, согласованности частей целого социального организма, каковым является корпорация. Выделены важнейшие признаки корпорации как вида социальной организации: наличие целей, конкретное воплощение отношений власти и подчинения, совокупность статусов и социальных ролей; правил, регулирующих отношения между работниками; формализация значительной части целей и отношений.

По структуре организаций, предложенной В.В.Козловым, автор относит российские корпорации к типу «*дивизиональных организаций*», в которых процесс разделения на части «подразумевает структурирование организации в обособленные

⁴ См. Верховин В. И., Зубков В. И. Экономическая социология. Монография. Изд. 2-е, перераб. и доп. - М.: Изд-во РУДН, 2005 – 196 с.

секторы, каждый из которых связан с определенной функцией (производство, движение товаров, обслуживание, работа на отдельном рынке)⁵. В виду изменчивости ситуации под воздействием мирового финансово-экономического кризиса сформировались новые социальные, экономические и финансовые условия, оказывающие непосредственное влияние на экономическую деятельность корпорации. Однако сохраняется их главная цель: развитие экономической деятельности для достижения определенной выгоды и прибыли, с одной стороны, и оптимизации этой деятельности для снижения её социальных издержек - с другой.

В этом контексте корпорация как вид социальной организации разрабатывает и применяет самые разнообразные нормативные предписания, способные сохраняя целостность организации, добиваться эффективности её экономической деятельности. При этом могут развиваться различные формы экономического поведения: производственное, потребительское, монетарное, инвестиционное и др.. Корпоративное поведение укрепляет устойчивость экономической деятельности корпораций, её конкурентоспособность и результативность.

Экономическое поведение, как и всякое поведение человека, включает в себя постановку цели, её осмысление, которая вытекает из определенной потребности индивида и группы. Реализация поставленной цели побуждает членов корпорации взаимодействовать и сотрудничать друг с другом, вступать в формальные и неформальные отношения. При этом субъект экономического поведения является носителем определенных социальных правил, норм, ценностей, которые выступают регулятором корпоративного поведения. Главная цель существования организации обозначается как ее миссия, отмеченная в Кодексе корпоративного поведения, и определяющая конкретные цели организации, которые отличает достижимость, множественность и определенная временная характеристика.

Корпоративное поведение рассмотрено также, как совокупность внешне наблюдаемых поступков и действий отдельных членов или социально-профессиональных групп в структуре корпорации, имеющие определенную направленность, последовательность и затрагивающие интересы других людей.

Социологические исследования позволяют: 1) установить мотивацию и особенности корпоративного поведения во взаимодействии между членами коллектива, личностью и другими людьми; 2) исследовать влияние корпоративного поведения на процесс взаимодействия социальных групп и организаций, социально-профессиональных общностей, их экономические действия в системе конкуренции. В качестве инструмента изучения корпоративного поведения и его социологической диагностики автор использовал прикладное социологическое исследование, проведенное среди представителей крупного и среднего российского бизнеса.

⁵ Козлов В. В. Корпоративная культура. М.: Альфа-Пресс. 2009

Рассматривая *объективные и субъективные факторы, обуславливающие формирование корпоративного поведения в системе рыночных отношений*, автор выделяет особенности их воздействия, раскрывает их содержание и показатели измерения (табл. 1).

Объективные факторы	Субъективные факторы
Финансово-экономическая ситуация в стране, обусловленная мировым финансово-экономическим кризисом в условиях глобализации.	Отношение к финансово-экономическому кризису; оценка его социальных и экономических последствий для развития корпораций и форм её деятельности на рынке товаров и услуг.
Правовая ситуация в стране.	Оценка правовой ситуации. Влияние кодекса на урегулирование корпоративных конфликтов и улучшение внутрикорпоративной среды.
Экономическое положение России.	Оценка влияния кризиса и новой экономической ситуации на корпоративное поведение в компании.
Исторический опыт.	Информированность о содержании ККП и корпоративной этики; зарубежного опыта развития корпоративного поведения в компаниях.
Уровень жизни, материальное положение работников и их семей.	Степень влияния ККП на имидж и репутацию компании
	Влияние кодекса корпоративного поведения на регуляцию корпоративных конфликтов.
	Степень внедрения и эффективность использования кодекса корпоративного поведения (ККП) в российских компаниях крупного и среднего бизнеса

Таблица 1. Объективные и субъективные факторы, обуславливающие формирование корпоративного поведения

Определенная консервативность характерна для любой модели корпоративного поведения, а формирование её конкретных механизмов обусловлено историческим процессом в конкретной стране. Данное замечание отражает сложившуюся ситуацию с корпоративным поведением в России, где хотя и сформировались новые структуры, но сохраняются и старые методы руководства, что неблагоприятно сказывается на функционировании российских компаний.

Сравнительный анализ зарубежного опыта корпоративного поведения в работе дан на базе особенностей процесса формирования корпоративного поведения по англо-американской, немецкой (романо-германской) и японской моделям. Делать вывод о наибольших преимуществах того или иного странового опыта корпоративного поведения затруднительно, так как каждая из представленных моделей корпоративного поведения исторически доказала свои преимущества, применительно к особенностям национальной культуры и традиций, национальной психологии и с учетом уровня развитости рыночных отношений.

В работе подчеркивается несовместимость ряда западных моделей корпоративного поведения с российской ментальностью и традициями трудовой деятельности, уровнем развития экономики.

В формирующейся российской модели корпоративного поведения существует ряд противоречий, заключающихся в одновременном использовании двух моделей формирования корпоративного поведения: концентрации акционерного капитала

(предполагающего минимум правовых средств защиты миноритарных акционеров по примеру Германии) и распыление собственности среди физических лиц, оставшееся после процесса приватизации. что характерно для опыта США, Великобритании и Канады. В то же время трудно согласиться с утверждением о том, что это противоречие является устойчивым и фундаментальным, создающим ситуацию взаимной нейтрализации. Проблема заключается в том, модель корпоративного поведения, которая будет способствовать установлению прозрачных диалогов корпораций и государственной власти должна формироваться в условиях четкого детерминирования принципов, подходов и методов к ее формированию, исключающих разночтение или разное концептуальное ее представление. В ней формально присутствуют все элементы корпоративного управления, но ни один из них, в действительности, в полной мере не работает. Для российской модели характерна также слабость внешних механизмов. Ввиду неразвитости институционального окружения не влияют в должной мере и правовые, рыночные, культурные традиции.

Что касается структуры собственности, то в России в настоящее время сохраняется тенденция к концентрации собственности и контроля, которая сложилась в процессе приватизации и дальнейших переделов собственности. Фондовый рынок развит недостаточно. В работе установлена устойчивая связь таких характеристик корпораций как: структура собственности (степени концентрации ее долей в руках крупных и мелких акционеров), ее принадлежность тем или иным владельцам - работникам, менеджерам (инсайдерам), внешним собственникам (финансовым или нефинансовым аутсайдерам) или государству - с эффективностью реализации прав собственности, качества корпоративного управления и контроля над корпорацией.

Неоправданное вознаграждение Совета директоров в условиях кризиса подрывает доверие со стороны акционеров к компании. Между тем программы ESOP не используются.⁶ Исследование позволило выявить положительную динамику развития института независимых директоров - профессиональных поверенных. Будучи не связанными с акциями, они призваны судить объективно и принимать решения в интересах не определенной группы акционеров, но всей компании в целом.

Анализ тенденций развития корпоративного поведения в зарубежных компаниях на протяжении последних десяти лет указывает на позитивное сближение и взаимопроникновение общих черт корпоративного поведения и корпоративной культуры, что обусловлено общемировыми тенденциями глобализации хозяйственной

⁶ «План участия работников в акционерной собственности» (Employee Stock Ownership Plan - ESOP) (ЭСОП) "ESOP - пенсионная программа. Пока работники работают в компании, им не разрешается свободно продавать свои акции. Такая возможность появляется только, когда они увольняются, или уходят на пенсию. Акции накапливаются на счетах конкретного работника в течение известного периода времени (обычно десять лет). Зачистение акций на счет идет по формуле, учитывающей величину заработной платы и стаж работы на предприятии. Работники держатели акций могут иметь право голосовать по своим акциям, а могут и не иметь такового." <http://www.esopassociation.org/>

деятельности, увеличения числа ТНК; формирования мировой финансовой системы; процессами слияния и поглощения; внедрения информационных технологий и общими интеграционными процессами в мире.

Рассматривая *Кодекс корпоративного поведения в качестве основы формирования и управления корпоративным поведением в компании*, подчеркивается инструментальный характер этого документа, принятие решения о введении которого носит субъективный характер и зависит от уровня профессионализма руководителей компаний - с одной стороны, и сложившейся производственной, корпоративной культуры в компании - с другой.

В отечественной практике под Кодексом корпоративного поведения понимают свод правил, рекомендованных к соблюдению участникам рынка ценных бумаг и направленных на защиту прав инвесторов, а также на улучшение иных аспектов корпоративного управления. В Российской Федерации Кодекс корпоративного поведения был рекомендован Распоряжением ФКЦБ России № 421/р от 4 апреля 2002 года и носит рекомендательный характер. Непосредственным адресатом кодекса корпоративного поведения являются крупные компании, имеющие доступ к публичным рынкам капитала или стремящиеся его получить. Крупные компании, такие как ОАО «Лукойл», ОАО «Газпром», ОАО «РУСАЛ» и др. приняли свои кодексы корпоративного поведения и этики.

В работе предложено использовать Кодекс корпоративного поведения как инструмент, способствующий углублению взаимного доверия между компаниями и инвесторами, между руководством/высшим менеджментом и подчиненными, между компаниями и потребителями, а также в качестве дополнительного конкурентного преимущества на российском и международных рынках.

Отмечается, что правовой статус кодексов корпоративного поведения отдельных стран Европы существенно различается. В отдельных странах он является частью общего пакета обязательных условий, которые компании необходимо соблюсти для того, чтобы ее ценные бумаги прошли листинг на бирже. Что касается Кодекса корпоративного поведения в России, то он становится обязательным в части, касающейся раскрытия информации, для компаний, листингуемых на биржах России: РТС, ММВБ.

Наличие кодексов корпоративного поведения или заявления о соблюдении принятого кодекса, принятого ФКЦБ (ныне ФСФР), способствует росту доверия к компании со стороны инвесторов, т.к. для них наличие подобного документа говорит о высокой степени развитости корпоративного управления в организации.

В работе проведен анализ текстов и основных положений кодексов корпоративного поведения ряда отечественных корпораций: ОАО «Газпром», Сберегательного Банка РФ, ОАО «Управляющая компания «АРСАГЕРА», Федеральной

службы по финансовым рынкам (далее - ФСФР). Проведенный анализ приводит к выводу о существенных отличиях как в содержании, так и в самих подходах к разработке данного документа: в силе доверия к Кодексам и готовности персонала их соблюдать, действуя в соответствии с принятыми корпоративным нормами. Кроме того, кодексы различаются по полноте отражения в них регулируемых аспектов деятельности корпорации. И, наконец, обращает на себя внимание степень социализации кодексов корпоративного поведения, т.е. связь его положений и целевых установок, самой миссии с социальными аспектами развития коллектива и корпорации в целом. Как подтвердил анализ, различные кодексы по-разному отражают степень их воздействия на регуляцию деятельности основных органов управления корпораций и контроля финансово-хозяйственной деятельности.

Выявленные особенности свидетельствуют о том, что корпорации, декларируя свою деятельность в рамках правового поля Российской Федерации, тем не менее, с разными критериями подходят к формированию органов управления и контроля в своих компаниях. Так, в кодексах АКБ «Сбербанк России» и ОАО «Газпром» определено, что аудит должен производиться в рамках аутсорсинга, а не специально созданным органом корпорации.

Таким образом, что различные корпорации стремятся подобрать для себя такой набор инструментов регулирования деятельности и поведения, сотрудников и самой компании в целом, который бы в наибольшей степени отвечал потребностям прежде всего, сферы функционирования конкретной корпорации.

Во второй главе анализируется процесс формирования корпоративного поведения российских компаний и возможные меры повышения его результативности на основании эмпирических данных авторского социологического исследования.

Опираясь на результаты проведенного автором социологического исследования, дается социопортрет респондентов-хозяйствующих субъектов, приводятся эмпирические характеристики замеренных показателей и анализ представлений респондентов (представителей крупного и среднего бизнеса) о сущности и назначении корпоративного поведения, раскрываются социологические характеристики специалистов, занятых в корпоративных организациях. Выделены этапы становления корпоративного поведения в российской экономической практике и рассмотрена эволюция отношения и принципов формирования корпоративного поведения на протяжении советского, перестроечного и постперестроечного периодов.

Исследование было проведено с профессионалами, компетентными в вопросах корпоративной этики и корпоративного поведения в компаниях. Это представители топ-менеджмента компаний крупного и среднего бизнеса России, руководители высшего звена производственного сектора экономики; ученые ведущих вузов России,

специалисты программ второго высшего образования и MBA/Executive MBA программ Финансового университета при Правительстве РФ и Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова (экономический факультет); практические работники ряда АО и ООО.

Влияние мирового финансово-экономического кризиса на корпоративное поведение, интересы и деятельность компаний в первую очередь дает сравнительный анализ кризисов 1998 и 2008 гг.. В кризисной ситуации корпорации работают по существу в ситуации отсутствия общих норм поведения и усиления социально-психологической напряженности. В результате циркулируют слухи, сокращается объем производства, снижается информированность работников и уровень их компетентности в проблемных вопросах.

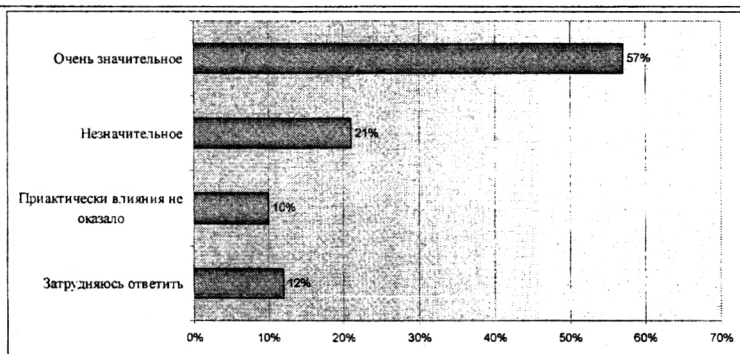
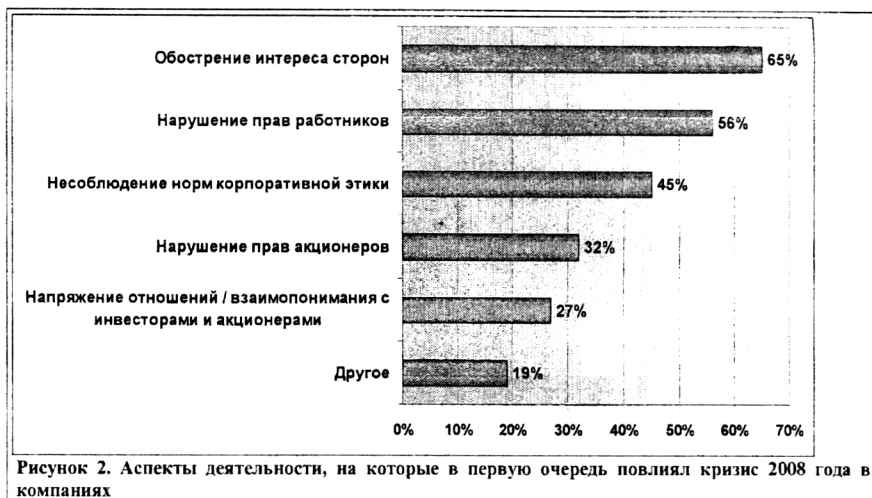


Рисунок 1. Оценка влияния экономического кризиса 2008 года на корпоративное поведение в российских компаниях

По данным проведенного социологического исследования, более половины (57%) респондентов считают влияние экономического кризиса 2008 года на корпоративное поведение российских компаний значительным (рис.1).

Среди выделенных аспектов деятельности компании, на которые повлиял кризис 2008 года, респонденты на первое место поставили обострение конфликта интереса сторон (65%), на второе – нарушение прав работников (56%), на третье – несоблюдение норм корпоративной этики (45%), на четвертое – нарушение прав акционеров (32%), напряжение отношений и взаимопонимания с инвесторами и акционерами отметили 27% респондентов (рис.2).

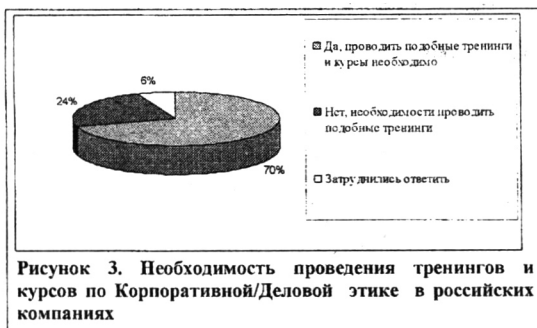


По мнению более половины экспертов, кризис, в первую очередь, усилил опасение потерять работу, боязнь материальных потерь, связанных со снижением заработной платы при росте обязанностей и нагрузки, боязни утраты с потерей работы каких-то правовых и моральных преимуществ нематериального характера и др. Поэтому перед руководством корпораций в период кризиса первостепенными становятся две группы задач: снижение социально-психологической напряженности и укрепление социальной защиты персонала.

Для снижения социально-психологической напряженности необходимо не допускать задолженности по заработной плате, ввести переподготовку персонала, содействовать трудоустройству своих работников и обеспечивать их конкурентоспособность на рынке труда и профессий.

Для укрепления социальной защиты персонала необходима активная разъяснительная работа, заблаговременная подготовка персонала к планируемым непопулярным изменениям в корпорации. Продуманная работа с персоналом помогает снизить степень его сопротивляемости болезненным изменениям, проявляющимся либо в форме открытого активного возражения и неподчинения, либо носят скрытый характер.

Позитивное влияние на коллектив и соблюдение норм корпоративного поведения оказывают тренинги, что признали 70% экспертов, подтвердивших, что тренинги по корпоративной/деловой этике в компаниях проводить необходимо (рис.3).



Одна из задач исследования состояла в определении влияния Кодекса корпоративного поведения (ККП) на урегулирование корпоративных конфликтов и повышение социальной ответственности компаний.

Разные социально-профессиональные группы работников корпорации обладают различными социальными интересами. Однако подобное различие интересов хозяйствующих субъектов еще не является конфликтом. Как только носители различных интересов предпримут те или действия, направленные на реализацию или защиту своих интересов и достижение целей, отличных от целей других участников корпоративных отношений, неизбежно развивается конфликтная ситуация, ведущая к противостоянию сторон: собственников и менеджмента, крупных и мелких акционеров, менеджмента и сотрудников.

Исследование, проведенное автором в 120 компаниях и путем опроса 210 респондентов, включая проведение в ходе исследования 15 углубленных интервью, позволило выявить следующее: большинство респондентов считают, что в кризис произошло обострение конфликтов разного рода.

Среди проблем, которые обострил финансово-экономический кризис респонденты на первое место поставили нарушение прав и интересов миноритарных акционеров (68%), снижение требований к профессиональной квалификации членов совета директоров и менеджмента (59%), чрезмерно формализованный характер сложившихся корпоративных структур (57%), недостаток реальных полномочий совета директоров при принятии важнейших стратегических решений (52%), сокрытие российскими акционерными обществами корпоративной информации (а это говорит о намеренном уходе в «теневую экономику») – (51%), отсутствие эффективной системы управления корпоративным поведением и корпоративными конфликтами (рис.4).

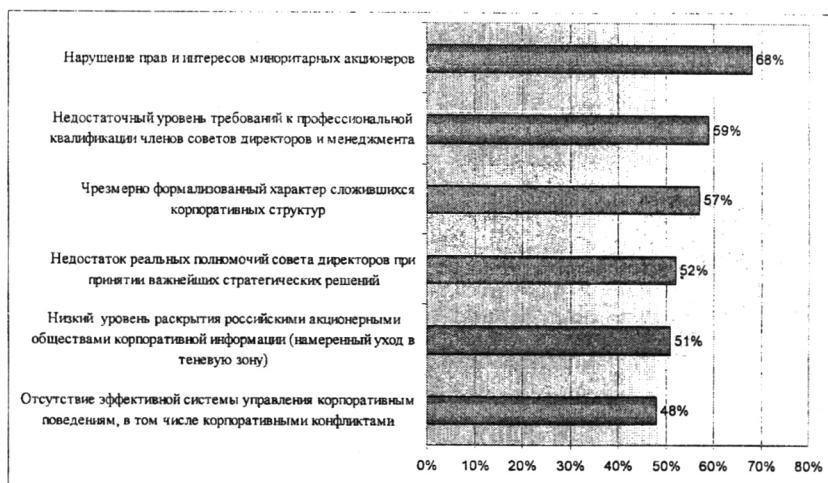


Рисунок 4. Проблемы в области корпоративного поведения, которые обострил мировой финансово-экономический кризис

Примечание: Данные приведены в процентах от числа респондентов, ответивших на вопрос. Сумма ответов превышает 100%, т.к. респонденты могли выбирать более одного варианта ответа.

По мнению преобладающей части респондентов (69%), ККП может и даже должен влиять на урегулирование корпоративных конфликтов. Но если из этой группы 29% имеют ещё некоторые сомнения по поводу такого рода влияния, то 40% убеждены в том, что ККП «безусловно может и должен» способствовать урегулированию корпоративных конфликтов. Лишь 1/5 часть респондентов отрицает такую взаимосвязь.

58% респондентов, несмотря на отсутствие Кодекса (Этики и делового поведения) в компаниях, готовы его принять. Высказывались мнения о наличии в некоторых кодексах устаревших, несоответствующих современности позиций Кодекса, целесообразности мониторинга его реализации в корпорациях.

74 % специалистов – экспертов высказывались за внедрение и эффективное использование норм Кодекса корпоративного поведения в российских компаниях крупного и среднего бизнеса. Особое значение при этом имеет доведение принятых норм Кодекса корпоративного поведения до сотрудников, занятых в компаниях непосредственной операционной деятельностью и развития обратной связи с его реальными влиянием на корпоративное сознание, культуру и поведение представителей бизнеса.

Абсолютное большинство респондентов (83%) подтвердили положительное влияние Кодекса на имидж и репутацию компании. Кодекс должен восприниматься не только как внешний публичный документ, направленный на закрепление позитивного имиджа компании, но и как рабочий документ для обеспечения эффективности корпоративного поведения. Для обеспечения его работоспособности предлагается

пересмотреть структуру Кодекса и формат его применения в корпорациях, активнее использовать внешние стимулы к соблюдению обязательств, зафиксированных в кодексе.

Согласно полученным данным, 66% участников опроса убеждены, что принятие Кодекса корпоративного поведения и следование его нормам должно способствовать улучшению внутрикорпоративной среды, а также способствовать успешному преодолению кризиса. Повышение уровня корпоративного поведения, обновление и внедрение кодекса корпоративного поведения «безусловно» может стать одним из важных инструментов преодоления кризиса, но должно быть реализовано в комплексе с другими мерами.

В исследовании выявлено, что представители бизнес-сообщества - российские предприниматели больше ориентируются на законодательные нормы, нежели на формальные и неформальные нормы ассоциации предпринимателей и прочие общественные организации. Так 63% экспертов высказались за законодательное закрепление ряда положений кодекса корпоративного поведения. Эта ситуация в корне отлична от бизнес-сообщества развитых стран (западного опыта).

В исследовании выявлено, что наличие кодекса корпоративного поведения, предусматривающего определенные процедуры в тех или иных ситуациях, способствует их предотвращению или смягчению. Так в ходе проведения углубленных интервью было выявлено, что наличие кодекса в компаниях способствовало лучшей информированности и защищенности работников. В период кризиса это позволило значительно снизить «градус» конфликтности в связи с реструктуризацией бизнеса и сокращением персонала.

В работе показано, что наличие Кодекса корпоративного поведения и деятельности в области корпоративной социальной ответственности положительно влияют не только на климат внутри компании, но и на корпоративное управление в целом. Так при расчете индекса корпоративного управления, разработанного Российским институтом директоров (РИД), который показывает связь между качеством корпоративного поведения и эффективностью компании, учитываются такие показатели как наличие в компании кодекса корпоративного поведения и программ в области корпоративной социальной ответственности. Кроме того, индекс корпоративного управления показателей оценивается с помощью таких групп показателей, как: структура собственности; уровень развитости правовой защиты финансово-заинтересованных лиц и отношений с ними; уровень финансовой прозрачности и раскрытия информации; структура и практика работы совета директоров. Высокий уровень корпоративного поведения, согласно оценкам экспертов, - способствует удорожанию акций компаний на российском рынке на 10-15%.

В заключение диссертации предложена система мер по совершенствованию корпоративного поведения в российских компаниях. В частности: внедрить процедуры регулярного мониторинга уровня удовлетворенности работников, инвесторов и других субъектов корпоративных отношений уровнем взаимодействия, ввести социологическую диагностику степени информированности сотрудников (в том числе новых) о принятых в компании нормах корпоративного поведения и любых изменениях, происходящих в компании; ввести оценку эффективности и востребованности конкретных норм корпоративного поведения, зафиксированных в Кодексах, Стандартах и т.д.;

- определить наиболее эффективные методы и технологии воздействия на субъекты корпоративного поведения с целью формирования конкретных корпоративных норм поведения (создание в интернет внутреннего сайта компании, регулярный выпуск корпоративных изданий для инвесторов и прочих заинтересованных сторон, выделение горячих линий для сотрудников и потребителей для сообщений о нарушениях разного рода);совершенствовать подходы и методики формирования корпоративного поведения разных категорий сотрудников независимо от их должностного статуса. Ввести регулярное проведение тренингов по этике и антикоррупционным действиям для сотрудников компании и топ-менеджмента: открывать корпоративные университеты для постоянного повышения квалификации, обучения и переобучения сотрудников компании. Разработать учебно-образовательные программ в области КСО и привлекать сотрудников к их реализации (про-боло, личные пожертвования сотрудников и т.п.).

В Заключение диссертации подведены итоги диссертационного исследования и сформулированы основные выводы.

Основные публикации автора по теме диссертации:

Публикации в журналах, определенных ВАК России:

1. Родионова М.Е. Корпоративное поведение как предмет социологического анализа [текст] /Родионова М.Е. // Труд и социальные отношения. – М., 2011. - №5. – С. 44-47. (0,3 п.л.)
2. Родионова М.Е. Корпоративное поведение в представлениях бизнес-сообщества [текст] / Родионова М.Е. // Высшее образование в России. – М., 2011. - №6. – С.140-143. (0,3 п.л.)
3. Родионова М.Е. Человеческий капитал как социально-экономический фактор развития корпораций [текст] / Родионова М.Е. // Труд и социальные отношения. – М., 2010. №5 - С. 121-126. (0,4 п.л.)

Статьи в журналах, сборниках:

4. Родионова М.Е. Европейская модель корпоративного поведения на примере банковского сектора Швейцарии [текст] / Родионова М.Е. // Современные гуманитарные исследования. – М., 2011. №1 (38) - С. 169 – 171. (0,4 п.л.)

5. Родионова М.Е. О мировом финансовом кризисе и его воздействии на корпоративное поведение (причины возникновения и распространения, последствия для России – социальная напряженность) [текст] / Родионова М.Е. // Актуальные проблемы экономической социологии: сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей / Под общ. ред. Н.Р.Исправниковой, М.С.Халикова – М.: Университетская книга, 2009.– Вып. №10 - С. 183-192. (0,4 п.л.)

6. Родионова М.Е. Корпоративный конфликт как следствие столкновения интересов основных участников корпоративных отношений [текст] / Родионова М.Е. // Объединенный научный журнал – М., 2009. №12 (235) - С. 24-29. (0,4 п.л.)

7. Родионова М.Е. Корпоративные Университеты: распространение в условиях новой эры глобализации [текст] / Родионова М.Е. // Актуальные проблемы экономической социологии: сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей / Под общ. ред. Н.Р.Исправниковой, М.С.Халикова. – М.: Университетская книга. 2010. – Вып. №11 - С. 13-21. (0,6 п.л.)

8. Родионова М.Е. Российская модель корпоративного поведения в условиях экономического кризиса [электронный ресурс] / Родионова М.Е. // Материалы XVII Международного молодежного научного форума студентов, аспирантов и молодых ученых «ЛОМОНОСОВ-2010» (Секция: Социология) / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. — М.: МАКС Пресс, 2010. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) (0,2 п.л.)

9. Родионова М.Е. Blending Learning» as an effective communicational strategy of Corporate Universities (История развития мировых корпораций на примере МакДоналдса - эффективная стратегия «Blending Learning» Корпоративного Университета (на английском) [электронный ресурс] / Родионова М.Е. // Материалы VII Международного молодежного форума общественных коммуникаций МГИМО MoscowPRWeek 2010 / Отв. ред. А.Б.Москаленков — М.:РАССО, 2010. диск (CD-ROM) (0,2 п.л.)

10. Родионова М.Е. Романо-германская модель корпоративного управления как модель управления бизнесом [текст] / Родионова М.Е. // История управленческой мысли и бизнеса: Бизнес модели: вчера – сегодня – завтра: XI Междунар. конф.; Москва, МГУ им. М.В.Ломоносова, Экономический факультет: материалы конференции/Под ред.В.И.Маршева– М.:МАКС Пресс, 2010. - С.144– 156. (0,7 п.л.)

11. Родионова М.Е. Корпоративное поведение как фактор конкурентоспособности компании [текст] / Родионова М.Е. // История управленческой мысли и бизнеса: Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента XII Международная конференция; Москва, МГУ им. М.В.Ломоносова, Экономический факультет, 2009г.: Материалы конференции / под ред. В.И.Маршева – М.: ТЕИС, 2011. - С.160-163. (0,3 п.л.)

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

10-2